

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka beberapa kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

Akun instagram @surabaya milik Humas Pemerintah Kota Surabaya memuaskan bagi khalayaknya. Kepuasan ini dapat dilihat dari kesenjangan antara nilai *mean* variabel GS dan GO, dimana nilai *mean* GSnya adalah sebesar 2,91 dan nilai *mean* GOnya sebesar 2,99 ( $GS < GO$ ). Nilai kesenjangan antara variabel GS dan GO dari keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini tidak besar, yaitu hanya 0,08.

Indikator yang paling memuaskan adalah indikator *communicatory utility*, yaitu sebesar 0,16, sedangkan yang paling tidak memuaskan adalah indikator *information seeking*, yaitu sebesar -0,13.

Kegiatan publikasi Humas Pemkot Surabaya, yang bertujuan untuk membagikan informasi kepada khalayaknya melalui akun Instagram @surabaya dirasa kurang maksimal karena adanya ketidakpuasan publik (*followers*) dalam mendapatkan informasi yang diharapkan (dibuktikan dengan besarnya nilai kesenjangan antara GS dan GO di indikator *information seeking*, yaitu sebesar -0,13). Hal ini berhubungan dengan fungsi PR untuk membangun hubungan baik melalui komunikasi 2 arah, yang dirasa kurang maksimal pula di akun @surabaya ini, yang dapat dilihat dari kesenjangan GS dan GO di indikator *expression of opinions*, yaitu sebesar -0,09.

## **V.2. Saran**

### **V.2.1 Saran Akademis**

Melalui penelitian ini, peneliti membuktikan teori yang sudah ada sebelumnya, yaitu teori fungsi PR dan motif menggunakan media sosial. Penelitian ini dapat dilanjutkan lebih dalam lagi dengan menggunakan metode kualitatif dengan harapan dapat menemukan motif-motif baru penggunaan media sosial, khususnya Instagram bagi kegiatan PR.

### **V.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, indikator *informations seeking* menjadi indikator yang memiliki kepuasan yang paling rendah. Padahal, mencari informasi merupakan tujuan yang paling besar yang dilakukan oleh *followers* dalam mengakses @surabaya.

Alangkah baiknya, apabila admin dari @surabaya lebih fokus dalam memberikan informasi-informasi mengenai Kota Surabaya, terutama informasi-informasi yang tidak bisa *followers* dapatkan melalui akun surabaya lainnya, tanpa meninggalkan esensi keindahan dari foto-foto maupun video yang diunggah, sehingga tetap bisa mempertahankan *feed* akun @surabaya yang sudah indah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi ala net generation*. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jefkins. Frank. (1992). *Public relations*. Jakarta : Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknis praktis riset komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Kriyantono, Rachmat. (2016). *Public relations writing : Teknik produksi media public relations dan publisitas korporat*. Jakarta : Kencana
- McQuail. (2011). *Teori komunikasi massa*. Jakarta : Salemba Humanika
- Miles, Jason G. (2014). *Instagram Power*. USA : McGraw-Hills Education
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media sosial : Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis public relations*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Nova, Firsan (2009) *Crisis public relations : Bagaimana PR menangani krisis perusahaan*. Jakarta : PT Grasindo
- Rivers, William. (2015). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Ruslan, Rosady. (2010). *Metode penelitian public relation dan komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Sari, Betty Wahyu Nila. (2012). *Humas Pemerintah*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Silalahi, Uber. (2012). *Metode penelitian sosial*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Jogjakarta : Pustaka Baru Press
- Wahyuni, Isti Nursih. (2014). *Komunikasi massa*. Jogjakarta : Graha Ilmu

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal :

Whitting, Anita & William, David. (2013). *Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach*. Emerald Group Publishing Limited

Ruggiero, Thomas E. (2000). *Uses and Gratifications Theory in the 21<sup>st</sup> Century*. Communications Department University of Texas at El Paso

Ayu, Dhyah & Ribut, Nobertus. (2014). Perilaku Remaja Pengguna Facebook Berdasarkan Perspektif Gender. *Jurnal Interaksi*

### Internet / Web / Aplikasi :

Instagram diakses pada tanggal 11 Maret, 6 April, 7 Oktober, 24 Oktober, 14 November,

[www.techinasia.com](http://www.techinasia.com) diakses pada tanggal 7 Februari 2017 pukul 12.07

<http://statistik.kominfo.go.id> diakses pada tanggal 11 Maret 2017 pukul 22.30

[www.depok.co.id](http://www.depok.co.id) diakses pada 18 Desember 2017 pukul 13.43